

AVISO AO USUÁRIO

A digitalização e submissão deste trabalho monográfico ao *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia* foi realizada no âmbito do Projeto *Historiografia e pesquisa discente: as monografias dos graduandos em História da UFU*, referente ao EDITAL Nº 001/2016 PROGRAD/DIREN/UFU (<https://monografiashistoriaufu.wordpress.com>).

O projeto visa à digitalização, catalogação e disponibilização online das monografias dos discentes do Curso de História da UFU que fazem parte do acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (CDHIS/INHIS/UFU).

O conteúdo das obras é de responsabilidade exclusiva dos seus autores, a quem pertencem os direitos autorais. Reserva-se ao autor (ou detentor dos direitos), a prerrogativa de solicitar, a qualquer tempo, a retirada de seu trabalho monográfico do *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia*. Para tanto, o autor deverá entrar em contato com o responsável pelo repositório através do e-mail recursoscontinuos@dirbi.ufu.br.

JACIONE APARECIDA CABRAL RESENDE



Uberlândia, Janeiro de 2008.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Centro de Documentação e Pesquisa em
História - CDHIS
Campus Sítio Universitário - Uberlândia - MG
Av. Universidade, 400 - Uberlândia - MG
CEP: 38400-900

JACIONE APARECIDA CABRAL RESENDE

**A construção de padrões de beleza: A revista O
Cruzeiro na década de 1950**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em História, Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência para obtenção do título de Bacharel em História, sob a orientação da Profa. Dra. Marta Emília Jacinto Barbosa.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Centro de Documentação e Pesquisa em
História - CDH
Campus S^{ra} Mônica - Bloco 1Q (Antigo Mineirão)
Av. Universitária S/Nº
Cep 38400-902 - Uberlândia - M.G. - Brasil

Uberlândia, Janeiro de 2008.

Resende, Jacione Aparecida Cabral.1977

A construção de padrões de beleza: a revista O Cruzeiro na década de 1950.

Jacione Aparecida Cabral Resende – Uberlândia, 2008

74 fls.

Orientadora: Marta Emísia Jacinto Barbosa

Monografia (Bacharelado) - Universidade Federal de Uberlândia, Curso de Graduação em História.

Inclui Bibliografia

I. Beleza II. Anúncios III. Gênero

JACIONE APARECIDA CABRAL RESENDE

**A construção de padrões de beleza: A revista O
Cruzeiro na década de 1950**

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Marta Emília Jacinto Barbosa - Orientadora

Profa. Dra. Regina Ilka Vieira Vasconcelos

Profa. Ms. Sheille Soares de Freitas

Agradeço a Deus, pelos momentos em que pensava em largar tudo, mas uma força me impulsionava a seguir.

Agradeço aos meus familiares, meu pai Altair, minha mãe Jandira e, principalmente meu irmão José Luiz, que sempre se preocupou com a minha formação, contribuindo sem medir esforços.

A Clayton, meu amor, amigo e companheiro que sempre me ajudou a enfrentar os obstáculos.

AGRADECIMENTOS

Por mais que se tente lembrar de todos, é difícil agradecer de forma eficaz e atenciosa todos que de alguma forma, nos ajudaram a cumprir esta tarefa.

Aos funcionários do Arquivo Público Municipal de Araguari onde a pesquisa começou a tomar forma.

Aos funcionários do Arquivo Público Municipal de Uberlândia, pela maneira atenciosa na qual me receberam.

Agradeço aos funcionários do CDHIS (Centro de Documentação em História), pela disponibilidade com a qual sempre me atenderam.

Aos professores Dilma, Heloísa, Paulo Almeida, Florisvaldo que contribuíram com a minha formação, meu sincero obrigado..

A amiga e professora, Dilma, que nos momentos mais difíceis estava lá a me ajudou a trilhar os caminhos da História.

À orientadora Marta Emísia, serei sempre profundamente grata aos seus esforços profissionais para com meu trabalho. Acima de tudo prezarei a sua amizade.

Resumo

A pesquisa desenvolvida para este trabalho final se caracteriza pelo estudo da revista *O Cruzeiro* da década de 1950 – uma revista de grande circulação e importância no cenário brasileiro - e, dentro desta revista analiso os seus anúncios de cosméticos; uma coluna intitulada Elegância e Beleza; e as capas da revista.

O propósito da pesquisa é compreender melhor, aos olhos do século XXI, como que a revista *O Cruzeiro* da década de 1950, no século XX, abordava a questão da beleza feminina através dos inúmeros anúncios de cosméticos que aparecem distribuídos por toda a revista.

Dentro desta revista também analiso a coluna “Elegância e Beleza” escrita por uma jornalista chamada Elza Marzulo e, como essa colunista abordava os mais variados temas com relação à mulher e a instruí-a a ser uma mulher mais bela, saudável, elegante...

E, por fim, analiso as capas da revista *O Cruzeiro*, na qual busco algumas respostas para explicar o grande número de mulheres que nela aparecem, são atrizes, cantoras, tanto brasileiras como americanas. E questiono qual seria o interesse dessa revista em usar tantas imagens de mulheres em suas capas.

SUMÁRIO

Introdução	09
Capítulo 1	
A revista O Cruzeiro: uma análise sobre a construção dos padrões de beleza	13
1.1. A revista O Cruzeiro e seus anúncios	22
1.2. A revista O Cruzeiro e a coluna Elegância e Beleza	28
Capítulo 2	
As capas e a construção dos padrões de beleza	41
Conclusão	54
Fontes	57
Bibliografia	73

Introdução

Sempre fui muito cobrada, criticada, por algumas pessoas ditas “amigas”, por não ser parte integrante de um modelo e/ou padrão de beleza. Onde ser gorda, ter estrias e celulite, cabelos cacheados, não se condicionava ao padrão ideal de beleza, era fadada a ser vista como alguém diferente, e isso aconteceu comigo quando ainda adolescente me sentia um “patinho feio”.

Essa situação que me condicionava a ser considerada como diferente acaba sendo reflexo de uma sociedade que valoriza a aparência como algo mais importante do que o caráter da pessoa. Não devemos ser julgados pelo que apresentamos exteriormente.

Atualmente a valorização pela aparência é uma constante e como já foi dito, percebo essa afirmação como algo muito próximo. Como consequência dessa situação proponho partir do hoje, analisar uma revista chamada O Cruzeiro, da década de 1950, e com isso tentar perceber se há alguma semelhança com o que estamos presenciando hoje, início do século XXI, se a beleza, a aparência é também marcante na década em meados do século XX.

Para compreender a importância do passado, não tão distante, mas bem mais próximo, lá na década de 1950, é que uso uma citação de Keith Jenkins. Segundo esse historiador:

“é a partir dos textos escritos no passado, ou memorizados no presente, que procuramos descobrir o que se passou, reunindo os fragmentos dispersos que restaram, dando-lhes uma certa forma e buscando seus possíveis sentidos”.¹

Utilizo esse pensamento de Jenkins para embasar a discussão do meu trabalho final de curso - monografia. Sua citação é válida, pertinente, pois tenho como proposta de trabalho analisar uma revista chamada O Cruzeiro da década de 1950. Digo pertinente, pois a revista que será analisada é da

¹ Jenkins, Keith. *A história repensada com ousadia*. In: *A história repensada*. São Paulo, Contexto, 2001, p.10.

década de 1950 e como a citação acima nos relata é a partir de textos escritos no passado que nós, os historiadores, procuramos descobrir o que passou. É a partir desse passado que busco algumas informações para explicar a busca incessante pela beleza em nossos dias.

Ainda me valendo do pensamento de Jenkins, esse mesmo diz que o nosso ponto de vista, as nossas predileções são construções pessoais que acabam determinando nossas interpretações. Afirma ainda que o passado acaba sendo condicionado pelo que vivemos em nosso presente. Concordo com Jenkins, e o trago para ajudar a dar suporte ao meu trabalho final cujo tema escolhido é: *a construção de um ideal de beleza nas páginas da revista O Cruzeiro da década de 1950*. O motivo da minha escolha está muito próximo de situações por mim vividas e que certamente desempenharam uma forte influência para a escolha dessa pesquisa.

Quando entrei para o curso de História e fiquei sabendo que para receber o diploma era necessário desenvolver um trabalho final, fiquei inquieta por não saber qual tema escolher. Pensei em trabalhar com processos crimes, fui ao CDHIS - Centro de Documentação em História-, li alguns processos, mas não era isso que queria; pensei posteriormente trabalhar com os vestidos de noivas e seus significados sociais, e foi esse tema que me levou ao Arquivo Público de Araguari. Na ocasião iria analisar alguns negativos de fotografias de casamento tiradas por um fotógrafo, já falecido. Quando lá cheguei a funcionária me ofereceu algumas revistas e dentre elas havia a revista *O Cruzeiro*.

Ao folhear a revista, o que me despertou interesse foram os anúncios de cosméticos presentes nas páginas da revista *O Cruzeiro*, era algo muito visível, pois apareciam em todas as páginas revista. Saí do Arquivo feliz, e ao mesmo tempo indecisa, porque pensava que trabalhar com anúncios de cosméticos em uma revista da década de 1950, seria para um trabalho final de monografia algo que poderia ser considerado como um tema fútil, entretanto, seria um tema interessante devido à minha bagagem, à minha própria experiência de vida, algo que me marcava tanto e que me incomodava. Era visível na revista a preocupação com o embelezamento, principalmente feminino.

Na ocasião da disciplina de Métodos e Técnicas de Pesquisa em História -MTPH, se fazia necessário a escolha de um assunto. Conversei com a

professora que ministrava a disciplina, e com receio, contei que havia escolhido um tema e gostaria de sua opinião. Disse ter encontrado uma revista de década de 1950 e nela os anúncios e, uma coluna chamada "Elegância e Beleza", onde uma jornalista ensinava às leitoras, formas de se vestir, alimentar e viver em sociedade. Fiquei muito feliz ao ouvi-la dizer que o assunto era pertinente.

A revista que havia encontrado na cidade de Araguari não estava restaurada e analisá-la nessas condições era algo inviável. Então, fui ao Arquivo Municipal de Uberlândia e lá encontrei vários exemplares da revista, todas restauradas, higienizadas e em ótimas condições de pesquisa, então me debrucei sobre elas e comecei a folheá-las, mas estavam incompletas, começam a partir do ano de 1952 e, já que meu recorte cronológico vai de 1950 a 1959, tive que procurar os anos anteriores no CDHIS (Centro de Documentação em História). Lá encontrei um exemplar do ano de 1950 e algumas de 1951, essas revistas ainda não foram higienizadas, mas a compreensão dos funcionários me permitiram ter acesso antes de terminarem a restauração.

Ao desenvolver o trabalho proponho dividi-lo em duas partes. Considero importante trabalhar em um primeiro capítulo com os anúncios, como esses aparecem distribuídos por toda a revista e como acabam desempenhando o papel de porta voz de um ideal de beleza presente em nossa sociedade. Ainda nesse capítulo proponho analisar uma coluna que aparece na revista chamada "Elegância e Beleza", escrita por Elza Marzulo. Essa coluna desempenhava o papel de tutora da mulher, é como se ela pegasse a mulher pela mão e fosse ensinando-a essa a dar seus passos através de conselhos de como se portar perante a sociedade na qual ela freqüenta e faz parte.

Já no segundo capítulo proponho uma discussão em torno das capas da revista. Trabalhar com a noção de que mulher essa sociedade pretendia construir. E, se ao trazerem nas capas as atrizes de destaque no cenário nacional e internacional haveria alguma intenção por parte da revista *O Cruzeiro*, em mostrar ou em vender uma imagem de destaque da condição da sociedade para a mulher?

Essas são algumas questões que foram surgindo durante a pesquisa e buscarei pistas nas páginas da revista para compreender quais eram os

interesses que permeavam a sociedade do século XX, em específico a década de 1950, em torno da construção da imagem da mulher através do uso dos cosméticos.

CAPÍTULO I

A REVISTA O CRUZEIRO: UMA ANÁLISE SOBRE A CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE BELEZA

No Brasil, a indústria de cosméticos cresce em ritmo acelerado. Esta é a afirmação presente na reportagem intitulada “na elite do mercado mundial” escrita por Juan Garrido para o caderno tendências da Revista Valor Setorial de setembro de 2007. Segundo Garrido:

*“os brasileiros integram a tropa de elite do mercado global de consumo de produtos de beleza – passaram, em 2006, de quarto para terceiro lugar no ranking mundial, com 6,7% de participação. Ficam atrás apenas de norte-americanos (ainda o campeões absolutos, com 18,7% do mercado global) e de japoneses (com 11%)”.*²

Somos parte integrante de uma parcela mundial que tem apresentado uma tendência em se preocupar com a aparência e na qual o mercado de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, criam formas variadas para nos induzir ao consumo dos mesmos, gerados pelos nossos desejos. O capitalismo cria a necessidade. Não podemos ficar sem um devido produto, porque a pele pode ficar ressecada, não devemos lavar os cabelos sem um bom xampu, nem deixar de usar um bom perfume para inibir os odores da transpiração.

Segundo Fábio Mariano, sócio diretor da InSearch, o Brasil atinge a colocação de terceiro lugar no ranking mundial de consumo de produtos de beleza devido à:

*“Imagem dos brasileiros como povo saudável e atraente, que se esforça ao máximo para ter boa aparência. Se gostar de ser limpo e cheiroso é sinal de vaidade, os brasileiros estão entre os povos mais vaidosos do mundo”*³

² Garrido, Juan. *Na elite do mercado mundial*. Jornal Valor . Setembro de 2007. p.8

³ Ibidem, p.16

A posição defendida por Mariano faz parte de um discurso que vem sendo construído décadas após décadas, anos após anos. São afirmações que acabam por incutir no imaginário social e que alcançam proporções de verdade. É perceptível essa afirmação quando a reportagem também traz a fala de João Carlos Basílio, presidente da Abihpec (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos). Segundo Basílio, a característica higiênica do povo brasileiro se dá devido ao fato de que: “Somos um povo que gosta de cheirar bem. Apesar de a grande maioria ser pobre, não se acostuma encontrar homens e mulheres cheirando mal, muito ao contrário.”⁴

Nessa afirmação de que “somos um povo que gosta de cheirar bem” talvez possa ser levado em consideração o devido esforço de uma classe capitalista, em especial, os fabricantes de produtos de higiene, em incutir no imaginário geral de uma sociedade que não se deve deixar de usar os produtos de higiene para evitar os odores. A revista *O Cruzeiro*, diante desse cenário, acabou desempenhando o papel de transmissora desse pensamento, pois é perceptível em suas páginas a presença dos anúncios de cosméticos que se apoiavam nesse discurso de que os odores devem ser combatidos com uso de determinados produtos.



Revista O Cruzeiro – imagem da coluna “Elegância e Beleza”

⁴ Garrido, Juan. Na elite do mercado mundial. Jornal Valor. Setembro de 2007, p.16

A propaganda desempenhou também o papel de transmissora de um ideal de venda, pois essa é sua finalidade, e como consequência favoreceu o aumento do consumo de produtos de higiene, beleza. Segundo diz Mariano, esse aumento do consumo é uma característica sociocultural; concordo com essa afirmação, e a complemento dizendo que o grande investimento praticado pelos empresários nas revistas de grande circulação, em especial na década de 1950, acabou por favorecer o desejo de comprar por determinados produtos.

“Se o brasileiro não possuísse esse traço sociocultural, provavelmente o sucesso de vendas do setor não seria tão retumbante. Ou seja, poderia haver estabilidade econômica, mercado aquecido, crédito fácil para a média e baixa renda e tudo mais, porém as pessoas optariam por consumir mais em outros itens, que não os da industriada beleza. Um alimento mais saudável, por exemplo.”⁵

Esse traço sociocultural defendido por Mariano pode ser compreendido como algo presente na formação do indivíduo brasileiro. Essa afirmação pode ser considerada como uma resultante de um discurso pregado, defendido incessantemente por intelectuais, médicos, higienistas, empresários. Não é uma prática atual, mas tem suas raízes incrustadas no final do século XIX e XX. Como exemplo desse ambiente onde a higiene era uma constante, lembro de Alcir Lenharo, no qual o autor nos informa como o trabalhador pobre era visto pela burguesia:

“ No discurso dos higienistas e industriais, afirma L. M. Rago, a representação imaginária do trabalhador pobre estrutura-se em função da imundície. O pobre é o outro da burguesia: ele simboliza tudo o que ela rejeita em seu universo, portanto ele é feio, fedido, rude. Nele, a classe dominante projeta seus dejetos psicológicos; ele representa seu lado negativo, sua sombra”.⁶

⁵ Ibidem . p.16

⁶ Lenharo, Alcir. *Militarização dos corpos. In: Sacralização da Política*. 2ª edição, São Paulo: Papyrus, 1986. p. 103.

A citação acima descrita nos remete ao ambiente do trabalho e como esse trabalhador era visto pela burguesia, sua aparência se caracterizava como feio, rude, fedido.

Cito essa passagem devido à sua importância em proporcionar uma melhor compreensão desse ambiente do trabalho mesmo esse não sendo meu objeto de estudo em si. Meu interesse é tentar compreender como que as relações socioculturais eram formadas, estabelecidas. Quando Basílio diz que “o brasileiro é um povo que gosta de cheirar bem”, acredito que essa fala esta carregada de significados. Representa o ideal de uma população cujo desejo é o de formar enquanto parte integrante de uma parcela da sociedade, que ao usar perfumes, óleos, cosméticos em geral, ele acaba se afastando daquele estigma de que o pobre é o sujo, o fedido...

Após a explicitação das condições que levaram o Brasil a atingir a colocação de destaque no mercado do cosmético e como que essa população mais pobre era vista pela burguesia favorecendo talvez, com isso, a busca por cosméticos e assim aproximar, quem sabe, da burguesia, considero parte importante dessa reflexão pensar um pouco a noção de capitalismo e o surgimento das lojas de departamento, algo tão comum em nossa atualidade e que durante o século XIX passou por transformações que favoreceram o desenvolvimento do mesmo. E no que diz respeito aos cosméticos foi estratégia importante. Talvez possa estar um pouco desconexo esse assunto, mas acredito ser válido, pois nos ajuda a compreender qual era a lógica usada pelo capitalismo e quais as suas táticas para promover seus produtos.

Uma das táticas usadas pelos varejistas, em Nova York, por exemplo, e que atingiu um ponto de inovação foi a da: “justaposição inesperada.(...). Ao

invés de cem potes do mesmo tamanho e do mesmo fabricante, haveria um único exemplar, colocado ao lado de um outro, de forma diferente.”⁷

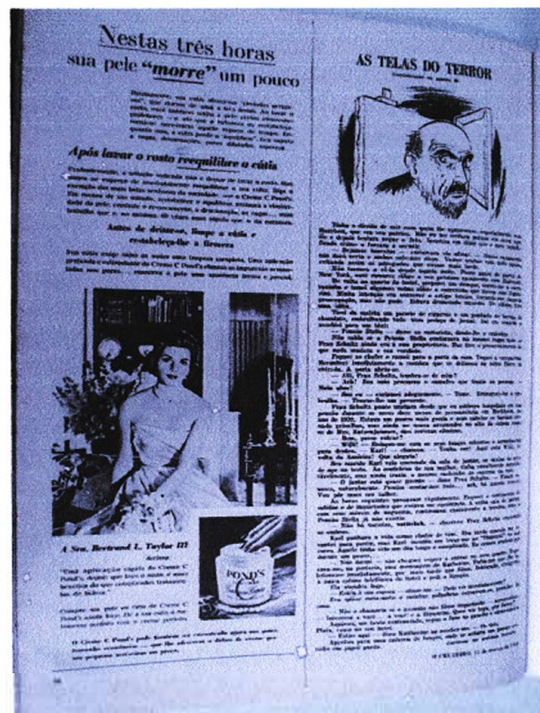
Ainda que seja preciso uma dose de cautela para comparar tempos tão distintos, chama a atenção uma coincidência entre Sennett e a revista *O Cruzeiro*. A citação de Sennett é destinada ao cenário do consumo no século XIX, entretanto remeto-me de sua fala para dar embasamento ao pensamento capitalista presente na revista *O Cruzeiro* da década de 1950. São datas diferentes, mas o que se percebe é que ambos se aproximam quando o que está em voga é o desejo em despertar nas pessoas a busca por determinado produto. Enquanto as lojas de departamento, no século XIX, se valiam da justaposição inesperada; a revista *O Cruzeiro*, no século XX, se valia em anunciar uma gama de produtos, dos mais variados, e os ofereciam aos seus leitores através da propaganda, distribuídas em quase todas as suas páginas.

Segundo Sennett outra forma de induzir o consumidor era através da mistificação da mercadoria, dando um ar de importância a determinados produtos. As lojas se valiam, ao anunciar um determinado vestido, por exemplo, de imagens de pessoas consideradas importantes, ou usavam a foto de uma duquesa X para dar credibilidade ao seu produto. Na revista *O Cruzeiro* algo parecido poderia ser notado. Trazia imagens de mulheres importantes vendendo determinado produto, dando depoimento de que tal anúncio poderia ser usado sem qualquer restrição. Eram atrizes, esposas de políticos influentes daquela época, no qual davam seu aval de aceitação pelos produtos. Veja os anúncios abaixo:

⁷ Sennett, Richard. *O impacto do capitalismo industrial na vida pública*. In: **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. Tradução: Lygia Araújo Watanabe. São Paulo, Companhia das Letras, 1988. p. 183.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 17/12 /1956. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 17/03/1956. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia

O ideal que estava sendo incutido no imaginário das pessoas, que tinham acesso às revistas, era o da importância em ter boa aparência, criando assim a o desejo do consumo e com isso atendendo aos interesses de uma parcela econômica que passava cada vez mais a produzir seus produtos e a atingir mais lucros.

Por outro lado, não era somente o desejo capitalista que estava em voga na revista. Havia também um ideal social de transformação social através do uso dos produtos anunciados. Pode até parecer uma tolice esse pensamento que defendo, mas acredito que havia um desejo de elevar e/ou moldar nossa sociedade aos padrões americanos e europeus que estavam em voga naquele momento.

Volto ao texto de Sennett, não para ilustrar meu pensamento, mas para proporcionar um ponto de reflexão entre os séculos XIX e XX a partir do

momento em que o desejo pela mercadoria demarcava um determinado posto na sociedade. Para Sennett, esse desejo pela mercadoria foi:

*“A primeira aparição de um dos sintomas psíquicos desta nova vida pública: a superposição de imaginário em domínios que, no Antigo Regime, eram mantidos separados. Um vestido, em 1750, não era uma questão de como a pessoa se sentia: era uma marcação, elaborada e arbitrária, do lugar que ela ocupava na sociedade, e quanto mais alto se estava na sociedade, mais liberdade se teria para jogar com aquele objeto, a sua aparência, de acordo com regras elaboradas e impessoais.”*⁸

Essa busca marcada pela necessidade de se diferenciar do outro, de mostrar qual era o determinado lugar de determinada pessoa na sociedade, a preocupação com a aparência, se tornou algo, que acredito estar presente em quase todas as sociedades nas suas devidas épocas. Através da roupa era possível saber qual o lugar desempenhado por determinada pessoa no ambiente social em que vivia. Porém, “por volta de 1891, possuir o vestido certo, fosse ele produzido em massa e não muito bonito, leva uma mulher a sentir-se casta ou sexy, uma vez que as roupas “a” expressavam.”⁹

A sociedade na qual Sennett desenvolveu seu estudo era caracterizada pelas transformações do capitalismo, e através do uso da propaganda industrial despertou nos indivíduos o desejo pelo ter e pelo ser, visto que a satisfação desses desejos se daria por intermédio da mercadoria. Mas, e a sociedade da década de 1950, como era representada nas páginas da revista *O Cruzeiro*?

Pude perceber que essa sociedade é também caracterizada pelo ser e pelo ter. A revista vendia à mulher a idéia de que essa para se tornar bela, desejada, deveria usar determinados tipos de produtos de beleza, e através do uso manteria o casamento estável, seria considerada moderna porque usava determinado produto que era anunciado por estrelas americanas e européias e, com o uso atingiriam a beleza tal qual a das atrizes.

⁸ Sennett, Richard. *O impacto do capitalismo industrial na vida pública*. In: **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. Tradução: Lygia Araújo Watanabe. São Paulo, Companhia das Letras, 1988. p. 186.

⁹ *Ibidem*, p.186

Segundo Featherstone, as pessoas usam as mercadorias de forma a criar vínculos ou estabelecer distinções sociais. Nesse cenário de início de consumo quem se destaca é a publicidade, ela:

“é especialmente capaz de explorar possibilidades, fixando imagens de romance, erotismo, desejo, beleza, realização,(...)e a vida boa nos bens de consumo mundanos, tais como sabões, máquinas de lavar, automóveis e bebidas alcoólicas”¹⁰.

A partir dessa citação de que a publicidade exerce capacidade de explorar possibilidades variadas, pretendo articular essa afirmação com a pesquisa que desenvolvi e o que pude perceber nas páginas da revista O antes citada. Essa Revista, que se caracterizava pela sua proposta inovadora em abordar variados temas como: político, econômico, cultural, social. Dentro dessa revista a publicidade de cosméticos detinha posição de destaque. Os anúncios eram, em sua maioria, dirigidos ao público feminino e sempre destacavam, de forma direta, que para ser bela o uso dos produtos era algo imprescindível.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 5/06/ 1954. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 4/09/ 1954. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia.

¹⁰ Featherstone, Mike. Teorias da cultura de consumo. In: Cultura de Consumo e Pós – Modernismo. Tradução: Julio Assis Simões. São Paulo, Studio Nobel, 1990.p. 31.

Neste cenário da revista na qual a publicidade é vinculada à mercadoria, visto que era uma aposta capitalista que procurava despertar no público leitor o desejo pelo consumo é que Featherstone ressalta:

"para as novas classes médias, a nova classe trabalhadora e a nova classe rica ou alta, são muito importantes as revistas, jornais, livros e programa de rádio e televisão associados à cultura de consumo, que enfatizam o aperfeiçoamento, desenvolvimento e transformação pessoais, como administrar propriedades, relacionamentos e ambições, como construir um estilo de vida realizador".¹¹

Quando Featherstone destaca a importância das revistas, jornais e livros como instrumento de aperfeiçoamento, desenvolvimento e transformação pessoal, posso voltar à revista *O Cruzeiro* e ao seu papel de destaque no cenário brasileiro. A mercadoria e o consumo estavam atrelados à necessidade de incutir no imaginário social brasileiro o uso dos cosméticos, consequentemente construindo um novo estilo de vida.

E é neste ambiente, neste cenário da década de 1950, é que proponho analisar a revista *O Cruzeiro* a partir de seus anúncios voltados para o público consumidor, em especial as mulheres. Suas páginas traziam os anúncios de cosméticos que despertaram em mim uma curiosidade, o que estava em jogo era apenas a expansão das empresas de higiene pessoal ou algo definido socialmente, como a formação de uma sociedade ideal que foi defendida por alguns higienistas, cujo ideal de branqueamento da raça era uma constante?

¹¹ Featherstone, Mike. *Teorias da cultura de consumo*. In: **Cultura de Consumo e Pós – Modernismo**. Tradução: Júlio Assis Simões. São Paulo, Studio Nobel, 1990. p. 33.

1.1 – A REVISTA O CRUZEIRO E SEUS ANÚNCIOS

Proponho-me a investigar na revista *O Cruzeiro*, durante a década de 1950, visto que foi considerada uma revista de grande circulação e proponho levantar algumas informações sobre a mulher e como se constituía perante a sociedade. Segundo Mary del Priori¹²:

“ no decorrer do século XX a mulher se despiu. O nu, na mídia, nas televisões, nas revistas, nas praias, incentivou o corpo a desvelar-se em público, banalizando-se sexualmente. A solução foi cobri-lo de cremes, vitaminas, silicones e colágenos. A pele tonificada, alisada, limpa, apresenta-se idealmente como uma nova forma de vestimenta, que não enruga nem “amassa” jamais (...)

E é essa mulher que está passando por processo de transformação que vou tentar desvendá-la nas páginas da Revista *O Cruzeiro* através dos anúncios de cosméticos tais como: xampu, colônias de banho, esmaltes, talcos, desodorantes, etc. Ao folhear a revista me deparei com uma série de anúncios de cosméticos voltados para o público feminino, então comecei a perceber, que a presença desses, era muito forte nessa revista. Havia também uma coluna muito interessante chamada “ Elegância e Beleza” escrita por Elza Marzulo, onde o ponto chave eram as dicas voltadas para o comportamento feminino. Mas será que eram somente dicas?

O que me inquieta e desperta curiosidade nesta coluna é a forma pela qual ela está localizada na revista e como aborda os seus temas. O que percebi nesta coluna é que sempre estava localizada no final das páginas da revista, sempre abordava temas, cujo foco era o público feminino e sempre indicava determinados produtos que deveriam ser usados pela leitora. As indicações não eram diretas, mas sim de forma sutil.

¹² Del Priori, Mary. **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.- (Série Ponto Futuro; 2), p.11.

Ao abordar o tema referente aos cabelos, dizia que a mulher deveria usar um bom xampu para manter seus cabelos sempre belos, dizia também da importância em ter suas mãos sempre esmaltadas, ou deveria usar uma boa colônia, etc., mas o ponto que considero interessante é que se o leitor voltasse algumas páginas certamente encontraria os anúncios do xampu, da colônia, do esmalte.

A algumas questões começaram a surgir. Comecei a me perguntar quais os interesses por detrás desses anúncios: será que tinham como objetivo apenas divulgar e vender seus produtos de beleza, ou iam mais além? Seria uma tentativa de modelar uma sociedade para aproximá-la dos padrões dos países desenvolvidos?

Escolhi a revista *O Cruzeiro* como fonte de análise, devido à sua importância e destaque no cenário brasileiro, e a década de 1950, por ser um período de importantes mudanças, marcado pelo discurso de industrialização, no qual o processo de modernização já vinha se constituindo a algumas décadas. A passagem de uma sociedade agrária para a industrial encontrou apoio na revista, visto que essa havia sido fundada em 1928, e contava com grande prestígio. Segundo Figueiredo se: “o progresso pressupunha evolução constante, era o passado agrícola do Brasil que deveria ser superado para dar lugar à industrialização, símbolo máximo da modernização àqueles tempos”¹³.

É visível o ideal da sociedade que estava se constituindo no Brasil. O desejo de se “livrar” do passado agrário e proporcionar um novo estilo de vida através da modernização pela via da industrialização aos brasileiros.

E é neste contexto de ideal de mudança que é criada a Revista *O Cruzeiro*. Sua primeira publicação foi em 10/11/1928, com uma tiragem de 50 mil exemplares e com publicações semanais. Segundo Marinalva Barbosa a definição do título da revista seria:

¹³ Figueiredo, Anna Cristina Camargo Moraes. *O progresso chega ao “fim do mundo”*. In: “**Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada**”. **Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil (1954 – 1964)**. São Paulo: Editora Hucitec, 1998. p. 32.

“a constelação que guia os navegantes”, “o nome da nova moeda brasileira” e o “símbolo da bandeira”. “Símbolo cristão e símbolo-síntese da nacionalidade”. É também o “Cruzeiro um título que inclui nas suas três sílabas um programa de patriotismo”.¹⁴

As formas pelas quais foi explicada a origem do título da revista *O Cruzeiro* está carregada de significados, pois *O Cruzeiro* como símbolo da constelação que guia os navegantes, será que não podemos subentender que guiaria também essa sociedade que está começando a se desenvolver? Quando diz que seria símbolo síntese da nacionalidade, não está tentando formar no ideal social as formas pelas quais deveríamos nos apresentar na sociedade? Ainda que não tenha a resposta pretendo descobrir algumas pistas sobre essa revista, e o ideal de construção da sociedade brasileira.

As estratégias usadas para conquistar o leitor e transformar essa revista em um grande sucesso nacional foram várias, dentre elas se destacam: o contato direto com o público através de recebimento de cartas e as respondendo, mantendo assim uma relação de proximidade entre revista e leitor, além de distribuições de prêmios e concursos de fotografia, de contos e novelas. É interessante é que esse texto fala.

“a fidelidade à publicação é motivo para premiação. Um acordo com as casas lotéricas – naturalmente também anunciantes – faz com que estas se comprometam a fornecer um bilhete para os assinantes da revista em cada extração”.¹⁵

Esses procedimentos e estratégias usadas pelos publicitários não promoveram sozinhos a revista, mas tiveram sua devida importância e

¹⁴Barbosa, Marinalva. ● *Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira*. Ciberlegenda, n. 7, 2002, p.5. www.ufr.br/mestcii/maria16.htm. Acesso ao site em 26/08/2007 às 19:23.

¹⁵ Ibidem, p.5.

possibilitou a Assis Chateaubriand alcançar sucesso e fazer da mesma, um veículo de circulação nacional e internacional.

A proposta da revista, segundo Barbosa é o público feminino, pois aparecem por toda parte, em numerosas páginas e seções, temas que dizem respeito às mulheres.

Os anúncios aparecem em grande quantidade e variedade, estão voltados para uma camada social que tem acesso e condições de consumir os produtos anunciados. Nos anúncios, aos quais me detive, percebi uma variedade de marcas como: Palmolive (talcos, sabonetes, shampoos); Helena Rubinstein (batons, cremes, loções); Elizabeth Arden (colônias); Cashemere Bouquet (água de colônia, talco, pó de arroz); Pond's (creme para limpeza da pele); Peggy Sage (batons, esmaltes); Coty (pó de arroz, colônias perfumadas); Margareth Duncan (colônias, sabonetes, shampoos, óleos, loções para os cabelos); além de produtos para ondular os cabelos em casa, as máscaras de geléias chinesas para manter o busto "belo e atraente", o soro germinal que previne a formação de rugas e promove uma "regeneração biológica do tecido cutânea e garante uma "pele sã, tã fresca, juventude e beleza" ; Há também anúncios de creme dental, elixires, colônias masculinas.¹⁶

¹⁶ Helena Rubinstein: autoridade da cosmetologia, pioneira no ramo industrial. Nasceu na Polônia em 1871, com 18 anos foi morar na Austrália e aos 20 anos iniciou seu negócio no ramo de cosméticos. Em 1902 mudou-se para Londres, depois em 1906 foi para Paris e em 1912 foi para Nova Iorque. Criou um império dos cosméticos, que lhe trouxe reputação internacional.

Elizabeth Arden: esteticista e empresária, nascida no Canadá. Fabricou o seu primeiro creme de beleza nos anos vinte e revolucionou o mundo da cosmética. Teve, de início sociedade com uma amiga, Elizabeth Hubbard, daí ter adoptado o nome de Elizabeth Arden. Ela ensinou as mulheres a maquilharem-se sem exageros, dado que antes só se pintavam as actrizes e mulheres de má vida. Abriu institutos de beleza em todo o mundo e tornou-se dona de um empório de cosmética hoje dirigido por uma descendente. Durante a sua vida Elizabeth produziu mais de trezentos produtos de cosmética, de qualidade e acessíveis.

Em um exemplar pesquisado 22/07/1950 com tiragem de 295.000, percebi que ainda não apareciam tantos anúncios para a indústria do cosmético. Eram propagandas, as voltadas para o público feminino, ou melhor, as donas de casa, como: lãs, bebidas, cremes dentais, maioneses, geléias, alguns cremes e xampus, liquidificadores, enceradeiras, máscara para os olhos, esmaltes, etc.

Nas revistas de 1951, começam a aparecer alguns anúncios voltados para o cuidado da aparência feminina, são anunciados relógios, jóias, esmaltes, pó facial, lingerie, etc. No ano de 1952 até a última revista de dezembro de 1959, percebem-se os anúncios desses produtos desde a primeira página até as últimas páginas, aparecem de forma bem distribuída, quando alguma reportagem remete às mulheres, logo em seguida, aparecem propagandas de belas mulheres anunciando um determinado produto de beleza. Quando a reportagem é de interesse do público masculino, os anúncios são de colônias, elixires, cremes dentais, etc. Portanto, isso significa que a revista se estrutura em torno dos anúncios, visto que esses aparecem distribuídos em praticamente toda a mesma.

Fiz o exercício de contar quantas vezes os anúncios de cosméticos aparecem, comecei pelo ano de 1952, e analisei exemplares dos meses de fevereiro e março. Os respectivos exemplares tem 130 páginas, e logo na contra capa há o anúncio de permanente - produto que ondula os cabelos-, há no total 10 anúncios de produtos de beleza, que são distribuídos por toda a revista. No exemplar de fevereiro há um depoimento de Elizabeth Arden, em página inteira, com a seguinte afirmação: "algumas mulheres já nascem belas...

Casou, em 1915 com um norte-americano, de quem se divorciou e que também estava ligado à cosmética. O seu nome consta nas 100 mais famosas personalidades do século XX nos EUA. A sua imagem de marca era usar toilettes sempre cor-de-rosa. Até ao fim da vida foi uma mulher de enorme charme e requinte.

(http://www.netsaber.com.br/biografias/ver_biografia_c_1502.html - acesso em: 19/11/07 à 15:35.)

Todas podem alcançar a beleza seguindo o Tratamento Básico de Elizabeth Arden.”¹⁷.

Seguindo por esse caminho chego aos exemplares de 1954 - visto que não há no arquivo exemplares de 1953 - começo pelo mês de janeiro e já percebo uma mudança, a revista diminuiu seu número de páginas, passou de 130 para 98, mas o número de anúncios continuou o mesmo; no mês de fevereiro uma alteração, os anúncios subiram de 10, para 14. O mês de março sobe para 18. Em abril vai para 20, então para ver como chega a 1959, analiso o mês de novembro deste ano, e percebo que 12 é o número de anúncios, mas abre espaço para outros tipos de anúncios como carros e eletrodomésticos.

Diante dessa pequena amostragem podemos perceber que a revista passa por uma reestruturação, entretanto, não reduz o número de anúncios de cosméticos, muito pelo contrário, há um aumento desses.

Agora abordarei outro assunto que também está presente na revista *O Cruzeiro* e que me despertou interesse em analisá-la, uma coluna intitulada *Elegância e Beleza* que desempenhou papel de formadora de idéias, comportamentos e contribuiu para disseminação dos produtos de beleza.

¹⁷ Revista *O Cruzeiro*, 9 de fevereiro de 1952.

1.2 – A REVISTA O CRUZEIRO E A COLUNA ELEGÂNCIA E BELEZA

Na revista além dos anúncios, o que chamou a atenção foi a coluna “Elegância e Beleza” escrita pela jornalista Elza Marzulo. Esta coluna me despertou interesse devido à sua forma como aparecia. Estava quase sempre presente nas últimas páginas da revista, sempre abordava algum assunto de comportamento feminino: como a mulher deveria se vestir, qual cor de batom usar durante o dia e a noite, qual estilo de penteado era o mais elegante, qual a melhor forma de aplicar o pó compacto e outros variados assuntos.



Revista o Cruzeiro. Rio de Janeiro. 15/06/ 1956. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia

Nesta coluna se apresenta de forma bem sutil uma tentativa de levar a mulher ou quem for que estivesse lendo a revista a consumir os produtos anunciados durante toda a revista. Dentre vários assuntos que direcionam para a forma correta de usar um cosmético, a colunista também fala sobre a importância da alimentação para se ter um corpo em forma. Aconselha a leitora da seguinte forma:

*"Faça longas caminhadas a pé. Com isso conseguirá deslocar as gorduras já em estoque. Substitua sempre a sopa por um caldo de tomate, abacaxi, grape ou laranja. Acabará por achá-los muito apetitosos do que qualquer sopa. Quando esses cuidados se tornarem um hábito, que você já os faça com prazer, verá que a gordura desaparece com facilidade, pois, em geral, o que existe são pessoas com tendências a comerem mais do que consomem."*¹⁸

Além da forma física, da importância da dieta alimentar, Elza Marzullo aborda o tema das rugas:

"Os músculos que rodeiam os lábios são conhecidos como músculos de expressão e deles depende sempre o aspecto sereno, severo ou alegre de um rosto. O cuidado com esses músculos é de importância capital para se conservar uma aparência jovem.

*Outro ponto a ser observado e que é muito importante é se a pele está sendo devidamente limpa de impurezas, principalmente antes de deitar, à noite, para dormir. Para essa área perigosa em redor dos olhos, que precisa ser tratada com o maior cuidado para que o remédio não venha a piorar a situação, o melhor é a aplicação diária, à noite, de um creme especial para os olhos, que qualquer bom fabricante têm à venda".*¹⁹

Mas a leitora, ao término dessa leitura, se folhear algumas páginas da revista certamente encontrará o anúncio de um creme para rugas. Veja abaixo o anúncio do creme rugol:

¹⁸ Revista O Cruzeiro, 21 de maio de 1955. (sem página).

¹⁹ Revista O Cruzeiro. (sem data)



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 7/04/1956. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia

A mulher, a 'dona do lar' também tem a incumbência de cuidar de si e de sua família, deve ser a mediadora do que é certo ou errado no uso de maquiagem, principalmente para suas filhas adolescentes:

*"Cabe às mães garantir às filhas durante a adolescência algumas orientações para manterem a pele sedosa visto que é sonho de todas as mulheres. Não permitir pintura antes de dezesseis anos, deve ser o primeiro passo. E profundamente triste assistir-se a meninas, ainda em transformação, já "embonecadas" como uma senhora. A mocidade, já trás sua beleza própria e assim dispensa rouges e batons. Os cuidados devem ser resumidos à pele, que necessita estar sempre perfeitamente limpa"*²⁰

²⁰ Revista O Cruzeiro, 19 de fevereiro de 1955.

Percebe-se que na sociedade a mulher ainda exercia basicamente as funções domésticas, a mulher tinha a obrigação de estar sempre bela.

A coluna Elegância e Beleza, acredito que desempenhou um papel importante no cenário de modernização pelo qual o Brasil estava passando. Esta coluna trazia conceito de outros países e ditava moda entre suas leitoras, acredito que poderia ser considerada como uma parte de extremo valor da revista, pois nela arrematava todos os anúncios que apareciam em sua coluna, não explicitamente, mas de forma bem sutil.

A coluna do dia 29 de janeiro de 1955, pode ser citada como exemplo, quando a colunista ao dar dicas de limpeza de pele para as mulheres cita que nos Estados Unidos: "lançaram uma esponja embebida de creme ou de loção(...)".

Em outra coluna (sem data), Marzullo aborda a importância da mulher não deixar que seu rosto envelheça, que aos primeiros sinais de rugas principalmente em torno dos olhos, região por ela chamada de perigosa, o melhor remédio: "é a aplicação diária, à noite, de um creme especial para os olhos, que qualquer bom fabricante tem à venda." Sutilmente remete aos anúncios da revista, se a leitora voltar algumas páginas certamente encontrará esse "creme especial".



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 16/06/ 1958. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia

A partir desse anúncio podemos trazer para a discussão a citação de Denise Bernuzzi de Sant'Anna na qual ela trabalha com a noção de embelezamento da mulher. Segundo Sant'Anna:

"através das imagens e dos discursos criados com o intuito de embelezar a mulher, segundo os interesses econômicos, os padrões morais e os argumentos científicos de cada época, cruzamos outras histórias paralelas ao sonho de ser bela: no Brasil, em particular, o gesto que embeleza não desenha somente uma fisionomia mais à moda, em detrimento de uma aparência doravante considerada ultrapassada, portanto. Ao fazê-lo, ele também revela as diversas nuances do antigo sonho de ser moderno e civilizado, que há muito persegue as elites desse país."²¹ (grifo meu)

As imagens e os discursos que aparecem na citação acima podem ser encontrados na revista O Cruzeiro através dos anúncios que trazem as imagens com depoimentos de atrizes e mulheres da alta sociedade para vender um determinado produto. E a revista acaba desempenhando o papel de intermediária entre empresário (fabricante do cosmético) e o leitor que de uma forma ou de outra acaba sendo induzido ao consumo.

Diante desse cenário, vê-se que a revista atendia aos interesses não somente econômicos, mas atendia ao desejo de transformar o país em uma sociedade moderna e civilizada. Mas o que seria esse moderno e civilizado? Quando Sant'Anna cita "*antigo sonho de ser moderno e civilizado*" será que não podemos considerar que esse sonho de ser moderno não estaria marcado pelo desejo de transformar a sociedade e aproximá-la dos padrões europeus? E quem sabe incutir no imaginário social dessa época, através do uso dos produtos de higiene, uma distinção social, onde o limpo, o belo teria um lugar de destaque.

²¹ Sant'anna, Denise Bernuzzi de. *Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil*. In: *Políticas do Corpo*. 1ª reimpressão. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.pp. 122.

Para discutir esse ideal de limpeza trago para a discussão o texto de Georges Vigarello e a formação do imaginário de limpeza através do banho. Segundo esse autor:

“o espaço íntimo foi explorado vertiginosamente, apoiado pelas propagandas de “boa forma”, os sonhos consumistas, a atenção ao maior bem-estar. Cuidados do indivíduo consigo mesmo cada vez mais interiorizados, ao mesmo tempo que cada vez mais explicitados, em todo caso longe do mero utilitarismo higiênico”²².

E acrescenta: “essa limpeza de hoje necessária, para ser melhor compreendida, de um olhar atento ao individualismo contemporâneo e aos fenômenos de consumo”²³.

Esse olhar aos fenômenos do consumo proposto por Vigarello é perceptível na revista O Cruzeiro cuja propaganda era intensificada e agia de forma bem direta no indivíduo que a lia. Vale lembrar um anúncio em que aparece um casal, o homem está olhando para outra mulher e sua esposa fica apreensiva. Este anúncio atrela o medo das mulheres em perderem seus maridos, e à necessidade das mesmas usarem produtos de beleza para que isso não aconteça.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 6/11/ 1954. Acervo:

Arquivo Público de Uberlândia

²² Vigarello, Georges. *A instalação celular. In: o limpo e o sujo. Uma história da higiene corporal.* (Tradução Mônica Sthacl). São Paulo: Martins Fontes, 1996. p.247.

²³ Ibidem. P.248

Segundo Michelle Perrot a modernidade desempenhou uma mudança nas práticas corporais:

“ a higiene, a água, as abluções desnudaram os corpos, os quais o espelho e a luz elétrica permitiram que fossem mais bem vistos, na sua integralidade.(...) Lavar-se, estar limpas, cheirar bem, cuidar de cabelos mais curtos passam a ser desejos compartilhados pela maioria das mulheres. No século XX, as revistas femininas tiveram um papel na difusão desses novos modos de comportamento que afetam as sociedades urbanas”²⁴.

As revistas femininas no século XX desempenharam papel importante no novo estilo de vida das mulheres, na mudança de comportamento, no desejo de se tornarem mulheres mais bonitas. A revista *O Cruzeiro* contribuiu para essa mudança através dos anúncios de cosméticos que prometiam o embelezamento e através de conselhos, principalmente os da coluna Elegância e Beleza escritas por Elza Marzulo.

A coluna “Elegância e Beleza” exercia uma dualidade na *O Cruzeiro*, pois ao mesmo tempo que instruía a mulher com seus conselhos voltados para a aparência, vendia de forma sutil os cosméticos. Vejamos um exemplo na reportagem intitulada “o banho de beleza” , onde a autora explicita a importância do uso de colônias no pós banho como uma forma de manter a higiene e ao mesmo tempo promove a venda de colônias. Uma forma sutil de dizer para a leitora que depois do banho ela deve fazer o uso do cosmético para proporcionar bem estar:

“(...) depois do corpo bem enxuto, chegou a hora da fricção com a água perfumada. Procure uma colônia de perfume delicado e repousante, e friccione inteiramente o corpo, fazendo ao mesmo tempo uma massagem, a fim de ativar a circulação”.²⁵

²⁴ Perrot, Michelle. *Os silêncios do corpo da mulher*. In: **O corpo feminino em debate**. Editora Unesp, 2003. p. 23

²⁵ Revista *O Cruzeiro*, 21 de maio de 1955.

Elza Marzullo em sua coluna Elegância e Beleza, além de instruir a mulher da década de 1950, essa mulher que está se modernizando, e ainda está ligada ao trabalho doméstico, mas que deve manter-se bela para o marido e a sociedade a qual frequenta ou vive. Direciona, sutilmente, a mulher a consumir os produtos que cita em sua coluna quando de um lado prega o discurso do não envelhecer, não engordar, visto que dentre as colunas uma de suas grandes 'preocupações' gira em torno da prática de exercícios e dietas, e do outro lado atende uma gama de empresários da área dos cosméticos. Propõe à mulher a busca pela beleza, incentivando assim o consumo.

Mas para Alcir Lenharo²⁶ já na década de 1930, uma das grandes preocupações era o corpo. Para ele não era uma mera coincidência o surgimento de revistas especializadas em saúde, higiene e educação física, havia um desejo de que: "Repensar a sociedade para transformá-la passava necessariamente pelo trato do corpo como recurso de alcançar toda a integridade do ser humano".

A coluna Elegância e Beleza, de Elza Marzullo, desempenhava essa função junto às suas leitoras, ensinava ao público feminino, de todas as idades, como deveriam se comportar diante da sociedade, qual roupa vestir, qual cosmético mais indicado para cada tipo de pele, qual a dieta mais apropriada e que ofereceria resultado e qual era a mais usada pelas modelos, tanto brasileiras como européias e norte americanas.

Retomando Lenharo:

"à primeira vista, o volume das matérias das revistas especializadas chama a atenção somente para alguns aspectos da pedagogia do corpo. As matérias parecem versar mais sobre questões cotidianas de higiene e saúde, por vezes pequenas receitas de felicidade"

²⁶ Lenharo, Alcir. *Militarização dos corpos. In: Sacralização da Política*. 2ª edição, São Paulo: Papirus, 1986. p. 76.

Lenharo aborda questões da década de 1930 onde já se percebe como as revistas servem como instrumentos que modelam uma sociedade. O presente estudo visa a década de 1950 e o que se percebe é a solidificação desses ideais de higiene e saúde.

Mas desconfio dessas revistas. Posso sugerir que aí estava embutido um ideal de beleza nas quais essas revistas queriam impor à sociedade brasileira. Um ideal de branqueamento da raça por que não? Visto que o Brasil do início do século XX através dos seus intelectuais seguiam os modelos europeus e o que estava em voga na Europa era pensamento eugenista que queria transformar a sociedade européia em uma raça pura, raça branca extinguindo os mestiços considerados inferiores.

Segundo Mary Del Priori, o Brasil no século XIX, seguia os padrões europeus, importavam as “novidades”, principalmente vindas da França. A autora se vale de Gilberto Freire para contar como chegaram as louras:

“não as de carne e osso. Mas as de porcelana com olhos azuis. Eram as bonecas francesas, substituídas das de pano, companheiras de brinquedo de tantas meninas e iaiás. Eram bonecas de meninas ricas, as mais prestigiosas. Coradas e vestidas de seda, “resultado de mãos hábeis no modelamento, possuíam feições simpáticas”. Segundo Freire, o culto da boneca loura e de olhos azuis entre as meninas da gente mais rica do Império deve ter concorrido para contaminar algumas delas de certo arianismo; para desenvolver no seu espírito a idealização das crianças que nascessem louras e crescessem parecidas às bonecas francesas; e também para tomar a francesa o tipo ideal da mulher bela e elegante aos olhos das moças em que depressa se transformavam no trópico aquelas meninas”.²⁷

²⁷ Del Priori, Mary. *Nasce a “louraça-belzebu”*. In: *Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.- (Série Ponto Futuro; 2), p.77.

Conforme Del Priori o desejo pelo branqueamento e a moda do louro ganhou destaque logo após a proclamação da República por:

“Diferentes razões: primeiramente, pelo ideal de branqueamento das elites, incomodadas com o mulatismo da população. A seguir, graças à chegada massiva de imigrantes estrangeiros, os alemães, sobretudo, considerados exemplares modelos de eugenia. Finalmente, as teorias arianas conquistaram parte dos intelectuais brasileiros. Era crença comum que o “clareamento da pele” aproximaria o Brasil de certa “melhoria da raça” responsável, em última instância, pela construção do progresso nacional”.
(p.79)

A revista *O Cruzeiro* também foi porta voz desses ideais de clareamento, será que o uso de pó compacto era simplesmente um cosmético, ou ao usá-lo as mulheres dos trópicos não se aproximariam das mulheres européias? E qual seria o interesse da coluna Elegância e Beleza quando abordava o tema dos cabelos loiros?

A coluna de Elza Marzulo trás uma reportagem com o seguinte título “ A delicadeza loura” e ensina qual a melhor forma de cuidar dos cabelos:

“não importa o tom de louro de seus cabelos: mantê-los sempre com sua coloração natural deve ser o seu primeiro cuidado. Mantenha-se constantemente alerta a fim de observar se a coloração de seus cabelos não está sendo prejudicada pela demora de um ou dois dias da lavagem dos mesmos”.²⁸

Acredito que a revista *O Cruzeiro* desempenhou um papel muito importante no cenário brasileiro, pois a sociedade estava tentando se enquadrar aos padrões dos países desenvolvidos, estava passando por um processo de transição. Partia de uma sociedade cujos padrões eram rurais para uma sociedade mais urbana, cuja industrialização já se tornava uma

²⁸ Revista *O Cruzeiro*, 27 de outubro de 1958.

constante na vida dos indivíduos. A coluna de Elza Marzulo, desempenhou o papel de instrutora para essa nova mulher que também estava passando por transformações e precisava ser aconselhada.

O pensamento da década de 1930 defendido por Alcir Lenharo em seu livro “Sacralização da Política” percebe que trabalha com o ideal de nação defendido por alguns intelectuais e higienistas na qual:

“Recomenda-se seguidamente a prática de exercícios esportivos e mudanças de hábitos que reverteriam em bem-estar pessoal, ou melhor, rendimento em diferentes atividades. Vez por outra, alguma afirmação ganha um tom mais agressivo ao fazer alusão a um passado recente, no qual a relação com o corpo era marcada pela proibição: o corpo era considerado subalterno e escravo. Nem se tomava banho por motivo de pudor”²⁹.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro (sem data). Acervo: Arquivo Público de Uberlândia

²⁹ Lenharo, Alcir. *Militarização dos corpos. In: Sacralização da Política*. 2ª edição, São Paulo: Papirus, 1986. p. 76.

Essas citações de Lenharo remetendo a um pensamento da década de 1930, no qual havia uma relação sem pudor como corpo, onde o exercício físico se tornava uma forma de bem estar pessoal pode ser encontrado ao longo das várias colunas de Elza Marzullo.

O “investimento” no cuidado da aparência feminina estava presente na revista, os anúncios eram distribuídos de maneira ‘estratégica’, e dependendo do tipo de notícia que fosse abordada, se fosse falar de uma atriz de Hollywood por exemplo, em seguida estava presente anúncios de batons, ou colônias. Pelas páginas desta, o que estava em jogo era o desejo de modelar o corpo, principalmente o feminino, através do uso dos cosméticos, visto que para cada parte do corpo criava-se a necessidade de usar um determinado produto.

Os anúncios eram bem chamativos como o exemplo do talco palmolive, visto que uma mulher de costa, nua, aparece usando o talco, um momento de embelezamento com a seguinte frase – ver figura revista O Cruzeiro:

608 mulheres exigentes criaram as qualidades do Talco PALMOLIVE!

Perfuma...
Refresca...
Protege...
Desodoriza...

Um TALCO PALMOLIVE não só dá-lhe mais conforto e higiene.

Um TALCO PALMOLIVE depois de barbear-se para suavizar o pelo.

Um TALCO PALMOLIVE para a higiene do corpo e sempre que tomar um banho.

Um TALCO PALMOLIVE não só dá-lhe mais conforto e higiene.

Tão fino e suave que flutua no ar!

Sim, 608 mulheres exigentes, fazendo experiências em suas próprias casas, determinaram as qualidades do maravilhoso TALCO PALMOLIVE.

1. Qualidade Super-fina para amaciar e proteger a pele das crianças.
2. Um perfume suave... mas que perdura durante horas.
3. É desodorante... Evita o cheiro da transpiração.

A MEIA FACE

de asfalto!

O LEITE DE MAGNÉSIA PHILLIPS

é o laxante mais recomendado para você!

Quando se sofre de prisão de ventre, a primeira coisa a fazer é tomar o Leite de Magnésia Phillips. É o mais suave, o mais eficaz, o mais seguro. Não causa dor, não irrita o intestino, não produz gases. É o único laxante que não só alivia a prisão de ventre, mas também melhora a digestão e a saúde geral.

LEITE DE MAGNÉSIA PHILLIPS

Os anúncios também se valiam das falas de mulheres importantes para dar mais credibilidade aos produtos. Eram comuns depoimentos de duquesas e atrizes em páginas inteiras na revista:

"eu uso Lever!" diz Virginia Mayo (Warner Brothers)

"Angel Face da Pond's.

Belezas da sociedade afirmam:

- *Sra John A. Roosevelt*
- *Srta. Perry Tiffany*
- *Sra. A. I. Drexel III*³⁰

De acordo com Georges Vigarello:

"Atrizes desfrutadas como modelos, anúncios inspirados em sua imagem e em seu nome. Esse princípio é mesmo promovido a sistema industrial- usina de sonho- com o cinema hollywoodiano impondo seus temas, seus universos, seus heróis, difundindo cultura e referências orientadas. O relacionamento fascinado com o modelo, acessível e longínquo, inimitável, e 'humano', democratiza aqui a vontade de embelezamento, transformando gradualmente a maneira de sonhar e também de ter acesso à beleza".³¹

Os anúncios eram encaminhados de forma direta para as mulheres, seu discurso era de promover a beleza através de anúncios em páginas inteiras nas revistas, era um 'bombardeio' de promessas para alcançar a juventude agindo de forma persuasiva no imaginário feminino. Podemos destacar também na revista O cruzeiro o papel das capas. Elas traziam quase sempre, imagens de atrizes americanas e européias maquiadas e com penteados da moda dando um ar de modernidade à revista. Esse será o próximo assunto

³⁰ Revista O Cruzeiro, 9 de fevereiro de 1952.

³¹ Vigarello, Georges. *Convivendo com as estrelas. In: história da beleza. O corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje.* Tradução de Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.p.157.

2º CAPÍTULO

AS CAPAS E A CONSTRUÇÃO DOS PADRÕES DE BELEZA

O objetivo deste capítulo é dar continuidade ao estudo da revista *O Cruzeiro* através de suas capas. O interesse em estudá-las partiu das observações que foram feitas durante o contato com a revista, na ocasião da pesquisa dos anúncios e da coluna Elegância e Beleza.

É visível a presença marcante das mulheres. São atrizes, cantoras, tanto brasileiras como estrangeiras, estão sempre muito bem maquiadas, cabelos bem penteados nos cabelos e passam a imagem de que estão de “bem com a vida”.

As capas somam um total de 213 imagens nas quais fotografei para o estudo. Dentre elas 177 são mulheres, 100 dessas mulheres têm os cabelos castanhos e 47 aparecem com cabelos loiros. A moda também aparece nas capas, são 60 chamadas para o assunto. E não devemos esquecer das atrizes loiras, aparecem em pequeno número, mas estão presente, são 47 capas com essas atrizes.



Revista *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro. 10/11/1958. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia.

Por que será que a revista como *O Cruzeiro* que propõe abordar os mais variados assuntos ,se volta tanto para as imagens femininas?

Segundo Michele Perrot, as revistas femininas do século XX desempenharam o papel de difusoras de novos modos de comportamentos nas sociedades urbanas. Neste cenário de revistas especializadas temos a revista *Feminina*, a *Cigarra*, *Fon Fon* e *O Cruzeiro* . A revista *O Cruzeiro* não foi chamada de revista feminina, mas contribuiu com as outras revistas ao desempenharem papel de libertadoras e alienantes. Libertadoras no sentido de proporcionar um novo estilo de vida diferente do que as mulheres daquele momento viviam, alienantes pela forma como usavam as imagens das atrizes famosas para venderem seus produtos.

As capas da revista *O Cruzeiro* podem ser consideradas ponto chave nesse período de libertação e alienação das mulheres. Suas capas frequentemente traziam mulheres de beleza ímpar, eram atrizes, cantoras. A aparência era marcada pelo cuidado com a pele, cabelos, maquiagem.

Segundo Georges Vigarello, a maquiagem transformou-se nesse início de século XX:

*“em realidade encarnada e não mais simples correção dos traços: o rosto sem ela, mostra-se definitivamente “malcuidado”, “não limpo”, “não acabado”. A maquiagem é a única expressão possível, ou mesmo a única verdade.”*³²

Quando Vigarello afirma a importância da maquiagem, volto para a revista *O Cruzeiro* e percebo, que a aparência foi algo construído constantemente através das propagandas dos cosméticos e das imagens das mulheres nas suas capas.

³² Vigarello, Georges. *Convivendo com as estrelas. In: História da beleza. O corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje*. Tradução de Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.p.167.

Mas, o autor ainda ressalta que a importância dada à maquiagem teve como consequência:

*“Um desenvolvimento das práticas estéticas a uma escala desconhecida até então. A massificação revolucionou as aparências, ao encobrir a visibilidade das distâncias sociais: torna-se cada vez mais difícil reconhecer uma mulher do povo como antigamente. A exigência se uniformiza: a “mulher do povo” lê revistas, maquia-se, compra produto de beleza como 95% das mulheres francesas.”*³³

Através do uso dos cosméticos ocorreu uma massificação da aparência. Já não havia uma distinção entre as mulheres. Essa massificação se deu a partir da intensificação da propaganda que agiu de forma direta no imaginário social e incutiu a idéia de que para serem belas, as mulheres deveriam usar determinados produtos de higiene pessoal, como: batons, esmaltes, máscaras para os olhos, colônias, talcos.

Pode até parecer estranho estudar esse padrão de beleza que estava sendo construído em nossa sociedade, principalmente na década de 1950, aos olhos do século XXI. O ato de dar importância a cosméticos tidos hoje como fúteis, que se tornaram tão corriqueiros como batons, esmaltes, xampus,... Tudo se parece tão fútil, sem sentido. Mas surge uma indagação ao estudar esse período. Por que esses cosméticos que hoje são considerados corriqueiros em nosso dia a dia, tiveram tanta importância no cenário brasileiro através da revista *O Cruzeiro* da década de 1950?

Os padrões que eram ‘vendidos’ nessas revistas brasileiras do século XX, principalmente *O Cruzeiro*, se aproximavam do estilo dos europeus. Os anúncios direcionados para as mulheres, sempre traziam algum depoimento de alguém importante, dizendo que sua beleza era combinada com o uso daqueles produtos anunciados.

³³ Ibidem, p.174.

Partindo da afirmação de que os padrões vendidos pelas revistas eram europeus, devemos considerar relevante como as mulheres apareciam expostas nas capas dessa revista. Como já foi dito eram mulheres de pele clara, cabelos castanhos e loiros, olhos claros....visto, que vivemos em um país tropical e que a característica da mulher brasileira seria morena, cabelos negros e olhos castanhos, havia aí uma disparidade de padrões. Por que nas capas da revista *O Cruzeiro* não eram refletidas o modo característico da mulher brasileira?

Considero importante para enriquecer essa discussão o pensamento defendido por Alcir Lenharo em seu estudo sobre a década de 1930, quando ele diz que o pensamento que estava em voga naquela sociedade – através dos médicos, intelectuais, políticos – era qual seria o melhor perfil para o povo brasileiro:

*“o brasileiro idealizado não corresponde exatamente à figura do mulato, que apologistas da nacionalidade imaginaram ser o portador da identidade nacional. Sutilmente, o desejo do branqueamento entra em cena.(...) Persegue-se obstinadamente não somente a configuração de um tipo físico único para o brasileiro; ambiciona-se também a difusão de um só perfil racial...”*³⁴

Diante do desejo de uma identidade nacional cujo branqueamento era uma constante para a difusão do perfil racial brasileiro, onde a miscigenação era considerada como algo negativo, novamente volto às capas da revista *O Cruzeiro* e as questiono. Será que a revista atendia aos anseios de branqueamento defendidos por alguns intelectuais brasileiros?

³⁴ Lenharo, Alcir. *Militarização dos corpos. In: Sacralização da Política*. 2ª edição, São Paulo: Papirus, 1986. p. 79.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 16/04/ 1955. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia.

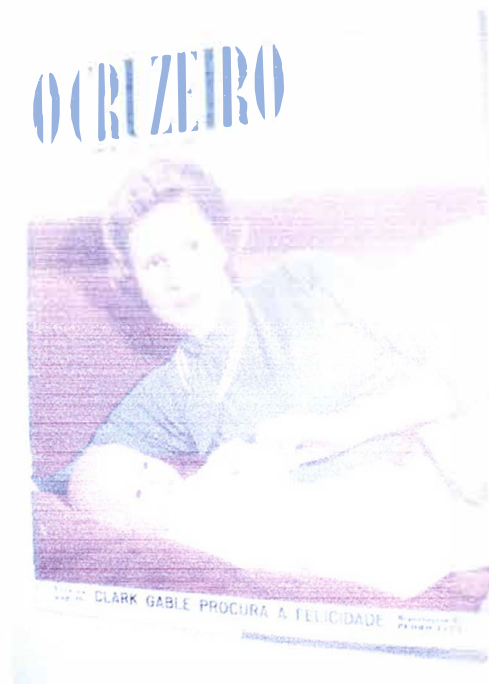


Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 10/03/ 1956. Acervo: Arquivo público de Uberlândia



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 21/04/ 1956. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia.

As imagens nos ajudam a compreender qual mulher era representada nas capas da revista A Cruzeiro. Essa mulher era branca, moderna, elegante e sofisticada. Mas, a revista também trazia em suas capas imagens de mulheres conservadoras tomando conta de seus filhos, mulheres vestidas de noiva.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 15/10/ 1955. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia

Ao mesmo tempo em que a revista vendia a imagem de uma nova mulher, seguidora das tendências européias de moda, que cuidava da aparência, que refletia a sociedade na qual ela vivia e estava passando por transformações, mostrava por outro lado, de forma sutil, a importância de manter os laços conservadores que ainda moviam aquela sociedade da década de 1950.

Ao dizer que a mulher daquela época estava vivendo um momento de mudança, transformação comportamental, preocupada em cuidar de sua aparência, faz-se necessário voltar um pouco no tempo, nos remeter ao cenário do século XIX e buscar algumas informações para que talvez nos ajude

a compreender melhor as transformações ocorridas durante o século XX com as mulheres no Brasil.

Na tentativa de compreender esse momento do século XIX, uso como referência Jurandir Costa Freire. Segundo esse estudioso, a mulher no final do século XIX, era caracterizada como: feia, pálida, doente, flácida,... e:

“a medicina afinava suas críticas com as exigências da urbanização. Fazia coro com cronistas, viajantes e imigrantes europeus que viam em toda aparência física diversa das suas sinal de inferioridade e degradação racial. Gorda, caseira, descolorida, tinha sido a mulher patriarca colonial. Seu corpo era o equivalente biológico de sua função econômica, social e cultural. A cor e a textura de sua pele exprimiam os signos elitistas que os senhores buscavam exhibir. Num período em que a cor da pele distinguia, quase por si só, senhores de escravos, dominantes de dominados, a tez branca era tão importante quanto os brasões de linhagem ou posse de terras. A pele fina e alva era uma manifestação do racismo conservador das elites.”³⁵

Conforme a citação acima, o processo de urbanização no Brasil contribuiu na mudança dos estilos da mulher brasileira. Pois o país estava começando a sair daquela condição apenas agrícola, onde a mulher desempenhava o papel de esposa do senhor patriarcal e não precisava se preocupar, ou melhor, não havia a necessidade de se preocupar com a aparência.

A sociedade desenvolve sua mobilidade com a chegada dos viajantes, cronistas e principalmente imigrantes europeus que consideravam toda aparência física diferente das suas como sinal de inferioridade e degradação social. A sociedade acabou introjetando esse pensamento de que a “tez branca era tão importante quanto os brasões de linhagem ou posse de terras”.

³⁵ Costa, Jurandir Freire. *Da família colonial à família colonizada*. In: *Ordem Médica e Norma Familiar*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 3ª edição. 1989. p.118-119.

A mulher começou a se interessar mais pela aparência, em se enfeitar, em se preocupar a cuidar de si. Como fator para essas mudanças pode considerar a forte influência da moda francesa nessa sociedade. As mulheres elitizadas começaram a consumir também os produtos que eram vendidos nas revistas da época.

Na sociedade daquela época o uso de cosmético, a busca pelo cuidado com o corpo se transformou em uma diferenciação social. Conforme nos relata Costa:

“a higiene (...) oferecia-se como emblema da diferenciação social. Os senhores começaram a ver em seu vestuário higiênico, saudável e cuidadoso, a marca de classe que os distinguia dos subalternos. (...) Junto com a indumentária os indivíduos vestiam-se com as regras da civilização européia.”³⁶

As regras de civilização européia defendida por Costa, num tempo específico de seu estudo referente ao século XIX, são relevantes, pois podemos ter uma noção mais ampla de quais interesses permeavam aquela sociedade com relação à aparência e à higiene.

O século XX, talvez possa ser considerado como uma época em que as idéias defendidas por médicos, higienistas em transformar a sociedade aos moldes europeus, alcançaram pontos de destaque. Retomo o pensamento de Alcir Lenharo, no qual ele defende a noção de que na década de 1930, o discurso que estava em voga era o de que para repensar a sociedade para transformá-la passava necessariamente pelo trato com o corpo.

Ao trabalhar com essa noção de cuidado com o corpo, considero a informação importante para compreender qual o cenário no qual estava inserida a revista O Cruzeiro da década de 1950, e quais interesses

³⁶ Costa, Jurandir Freire. *Da família colonial à família colonizada*. In: *Ordem Médica e Norma Familiar*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 3ª edição. 1989. p.131

permeavam essa sociedade. Seriam somente interesses econômicos, ou interesses de uma mudança social também estavam em curso?

A historiadora Mary Del Priore defende a idéia de que no século XX, havia uma tríade a ser seguida pelas mulheres: juventude, beleza e saúde. Essa tríade seriam associações construídas pelas sociedades ocidentais:

“Em nossos dias, a identidade do corpo feminino corresponde ao equilíbrio entre a tríade beleza-saúde-juventude. As mulheres cada vez mais são empurradas a identificar a beleza de seus corpos com juventude, a juventude com saúde. (...) Aliada às práticas de aperfeiçoamento do corpo, intensificou-se brutalmente, consolidando um mercado florescente que comporta indústrias, linhas de produtos, jogadas de marketing e espaços nas mídias.(...) Mais do que nunca, a mulher sofre prescrições. Agora, não mais do marido, do padre ou do médico, mas do discurso jornalístico e publicitário que a cerca.”³⁷

A tríade juventude, beleza e saúde também poderiam ser percebidas na revista *O Cruzeiro*, tanto em seus anúncios de cosméticos, como na coluna Elegância e Beleza de Elza Marzulo. Anúncios e coluna andavam de “braços dados”, pois atendiam aos interesses de um público leitor, de um lado eram disciplinados com os conselhos de Elza Marzulo, em como manter a juventude, qual cosmético mais indicado para uma determinada ocasião e, do outro lado, esse mesmo leitor era tentado a consumir os produtos divulgados por toda a revista através de anúncios bem elaborados, ganhando um ar de indispensável ao produto. Ele seria a chave para alcançar a juventude, a beleza e consequentemente a saúde.

Juventude, beleza e saúde, poderiam ser percebidas em algumas capas da revista *O Cruzeiro*.

³⁷ Del Priore, Mary. *Introdução*. In: **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.- (Série Ponto Futuro; 2), p. 14 – 15.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 1/02/ 1958. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia.



Revista O Cruzeiro. Rio de Janeiro. 12/07/ 1958. Acervo: Arquivo Público de Uberlândia.

Nas imagens acima selecionadas considero-as como representação de juventude porque as atrizes são aparentemente jovens; saúde, pois a capa de 12 de julho de 1958 aparece uma mulher expondo seu corpo, podendo ser considerada como exemplo de saúde e, beleza expressada pela imagem de uma mulher loira, maquiada, de boa aparência.

A presença dessas mulheres nas capas da revista *O Cruzeiro*, com destaque para a que foi fotografada de corpo inteiro, nos mostra que a sua presença nessa capa não é mera coincidência, acredito que estava indicando sutilmente qual a melhor forma para o corpo feminino.

Para pensarmos um pouco sobre o papel que o corpo desenvolveu naquela época da década de 1950. Busco para a discussão sobre esse corpo, o historiador Jorge Crespo. Não me baseio nesse autor para dar resposta ao

meu trabalho, mas para tentar perceber como esse aborda a noção do corpo em seus estudos. Segundo Crespo:

“o corpo é um dos temas mais discutidos no mundo contemporâneo, sendo objeto de estudos cada vez mais freqüentes no domínio das ciências humanas e sociais. Ao mesmo tempo, a nível do quotidiano, esta verdadeira “explosão” tem vindo a manifestar-se na exuberância e imaginação das múltiplas técnicas utilizadas nos adornos e no vestuário, no teatro e na dança, nos jogos e nos desportos, enfim, nos mais pequenos pormenores da vida humana. A importância dada ao corpo, no nosso tempo, contrapõe-se ao ofuscamento a que estava submetido no passado, fenómeno verificado na sequência de uma assinalável inversão de valores, traduzida na passagem das idéias de acumulação e poupança a preocupações de consumo e dispêndio de energias. Os novos valores de beleza, felicidade ou juventude identificam-se com um corpo que se transforma em objeto de cuidados e desassossegos. O projecto de libertação do corpo está presente em cada momento, exprimindo-se numa dinâmica multifacetada e atingindo a imensa teia de relações sociais.”³⁸

O corpo que Crespo nos revela, passou por grandes transformações e aos poucos foi se libertando. Os valores da beleza, juventude ou felicidade podem ser percebidos a partir do momento em que se intensificam esses valores, o uso de maquiagens, cuidado com o cabelo, que até o século XIX, era ocultado pelo uso de acessórios, como os chapéus, ganham novos valores. O interesse em se vestir bem, em usar roupas de costureiros internacionais começa a despertar na sociedade a busca pelo cuidado com a aparência, acarretando aumento no consumo dos produtos e do vestuário.

Com relação à aparência, o cabelo já não deve ser mais o castanho, faz-se necessário uma nova tonalidade para essa nova mulher do século XX, pois a sociedade para se aproximar dos traços europeus deve seguir seus modelos

³⁸ CRESPO, Jorge. *Introdução*. In: **A história do corpo**. Difel Difusão Editorial Ltda. Rio de Janeiro, 1999. P.7

e padrões. Neste cenário quem desempenhou forte influência, que serviu como transmissor dos costumes e modas foi o cinema. Contribuiu para a disseminação do ideal europeu que estava em voga naquela época.

“a luz acrescenta o clima, favorecendo uma nuance: o claro, o “louro platinado”, obtido pela descoloração, iluminando a tela, tomando para Votre Beauté, em 1935, “a encarnação da mulher moderna”. Jean Harlow lança moda no início dos anos 1930, convencida de ganhar com isso luminosidade. O fenômeno se estende: “todas as vedetes são loiras”, constata Cinémonde, em 1933, enquanto Votre Beauté afirma peremptoriamente no ano seguinte: “As loiras são a aristocracia da beleza”. Os comentários se inflamam, evocando o “deslumbrante”, “o radioso”, “o desejo louro”. Os anúncios se especializam, pretendendo garantir cabelos “radiantes”, ou “leves, brilhantes, finos como seda”. As deusas loiras se multiplicam: Vênus loira”, “dinamite loira”, “fada loira”.³⁹

A citação acima, é de Georges Vigarello. Ele trabalha com a noção de embelezamento da mulher francesa da década de 1930, com essa mulher a moda loira se espalhou a todos os cantos do mundo através do cinema e da publicidade. No Brasil não seria diferente. As capas da revista *O Cruzeiro* refletem bem esse cenário de expansão da “beleza loira” na década de 1950, onde percebi um aumento no número de mulheres loiras em suas capas.

O aumento do número de capas com presença de mulheres loiras deve-se a dois fatores que se entrecruzam, o interesse econômico que atendia ao desejo dos empresários em venderem seus produtos, através de intensivos anúncios; e, o desejo social do país em promover um branqueamento da sociedade. Para isso intensificaram as propagandas voltadas para as mulheres, através dos anúncios dos cosméticos que induziam as mesmas a consumirem tais produtos garantindo a beleza, a juventude e a saúde.

Nesse ambiente de busca por uma aparência europeizada, por um corpo perfeito é a silhueta que também ganhará destaque. Segundo Vigarello:

³⁹ Vigarello, Georges. *Convivendo com as estrelas*. In: **História da beleza. O corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje**. Tradução de Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.p.158.

“o corpo é uma argila moldada à vontade pela cultura física e os cuidados de beleza.” A silhueta não é mais aperfeiçoada pela empregada doméstica e o espartilho, como no século XIX, ela se aperfeiçoa pelos bons exercícios e a vontade. Instaure-se um imperativo: “ Seja o escultor de sua silhueta.” Impôs-se uma convergência, de estética e do trabalho.”⁴⁰

As capas refletiam os interesses que permeavam a sociedade da década de 1950, uma sociedade que passava por transformações desde os setores econômicos, favorecendo a instalação de indústrias estrangeiras, até chegar à cultura, marcando um novo estilo de vida a ser seguido, principalmente, pelas mulheres leitoras da revista O Cruzeiro.

⁴⁰ Vigarello, Georges. *Convivendo com as estrelas. In: História da beleza. O corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje.* Tradução de Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.p.165.

CONCLUSÃO

Partindo de uma inquietação com relação aos ideais de beleza de nossa atualidade, cuja preocupação em ser bela se transformou numa constante na vida de nós mulheres, fui buscar alguma explicação na década de 1950 através da revista *O Cruzeiro*. Percebi que a busca pelo ideal de beleza não é uma característica marcada somente pela nossa atualidade, ela permeia toda a sociedade em qualquer época estudada.

Ao desenvolver a pesquisa na revista *O Cruzeiro*, constatei como que essa , trazia uma infinidade de anúncios de cosméticos voltados para a higiene pessoal - xampus, batons, esmaltes, talcos, colônias, cremes anti rugas. Uma gama de anúncios voltados ao público feminino. Algumas questões surgiram durante a pesquisa, tais como: será que a revista atendia somente aos interesses dos anunciantes em vender seus produtos? Não era apenas uma relação econômica, havia por detrás desses anúncios um interesse social, em vender, através das páginas da revistas por intermédio dos anúncios, a imagem de um país “modernizado”, que se enquadrava nos padrões dos países desenvolvidos.

Seguindo por esse viés, de que a revista atendia tanto a fins empresariais, como a fins sociais, de influência no comportamento da sociedade, a coluna *Elegância e Beleza*, escrita por Elza Marzulo. Nesta coluna que se dirigia especialmente ao público feminino, através de conselhos, dicas sobre qual seria a melhor forma de se vestir, de se maquiar, de se portar diante da sociedade, o que me chamou a atenção foi a forma como ela era distribuída pela revista. A coluna aparecia ao final das páginas, e na estrutura da revista era nas páginas pares. Nas páginas ímpares sempre apareciam algum anúncio de cosmético, até então nada de mais, entretanto, ao ler esta coluna percebi que ela desempenhava de forma sutil o papel de vendedora dos produtos de cosméticos, pois sempre remetia aos produtos, e se a leitora voltasse algumas páginas, lá encontraria os produtos anunciados.

Na revista, as capas também desempenharam papel de vendedora dos setores dos cosméticos, o ideal de uma sociedade mais europeizada. As mulheres presentes nas capas sempre estão maquiadas, elegantes, em algumas, elas são loiras, representando assim um ideal de nação aos moldes dos padrões europeus. A revista de grande circulação, na década de 1950 atendia a interesses tanto econômicos como sociais e, como isso certamente possibilitou a difusão desses ideais.

Saímos da década de 1950, estamos em nossos dias, percebo que a difusão dos ideais econômicos e sociais ainda são difundidos em nossa sociedade. A incessante busca pela beleza que move nossa sociedade está dividida entre os ideais dos capitalistas em vender seus produtos e os ideais em transformar nossa sociedade aos padrões europeus.

Como exemplo a essa citação acima gostaria de trazer uma reportagem publicada pela Folha Online intitulada “ *Branqueamento da pele vira indústria milionária na Índia*”, da BBC Brasil, segundo a reportagem os artistas de Bollywood – centro cinematográfico do país cujo nome vem da união de Mumbai (também chamada de Bombaim) com Hollywood – “participam de anúncios de televisão que querem convencer os consumidores de que serão mais populares se tornarem a pele mais clara”⁴¹.

Conforme a reportagem, uma atriz indiana montou uma peça para expor como são os preconceitos contra a cor da pele naquele país. A atriz diz que quando era criança sofreu muito com a sua cor de pele, “às sextas feiras, ela era obrigada a tomar banho de óleos, com limão e outros produtos usados tradicionalmente para esse fim”

A partir dessa reportagem percebemos que o ideal de branqueamento da nação não um ideal somente do início do século XIX. Ele é algo presente em nosso cotidiano, pode ser percebido aqui em nosso país através dos

⁴¹ Folha Online- BBC Brasil- “Branqueamento da pele vira indústria milionária na Índia”.
(<http://tools.folha.com.br/print?site=emcimadahora&url> – acesso em 02/10/2007 às 18:23 horas)

anúncios dos cosméticos, afinal de contas, para que servem os pós compactos, bases, usados pelas mulheres, senão uma forma de ocultar as imperfeições e branquear a pele.

Mas vale ressaltar que esse ideal não está isolado, pois ao mesmo tempo em que atende aos interesses sociais, também atende aos interesses dos empresários em expandir seus mercados, incutindo no imaginário das pessoas a necessidade de um clareamento de todos.

Faz-se necessário uma mudança profunda nesses valores que foram construídos durante décadas, principalmente no século XX, em especial a década de 1950 onde o cuidado com o corpo, com a aparência, era peça chave que movimentava aquela sociedade tanto no sentido econômico como social. Dado o exposto vivemos e participamos, hoje, de uma sociedade na qual a aparência é peça chave nas relações sociais.. Se não nos enquadrarmos nesse jogo do mercado, se não consumimos os produtos anunciados pelas grandes empresas de cosméticos, poderemos ser considerados como pessoas diferentes nesta sociedade.

FONTES

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIV, nº50, 1952, 09 de fevereiro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIV, nº01, 1952, 15 de março 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº02, 1954, 23 de janeiro, 98.p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº. 09, 1954, 20 de fevereiro, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº. 10 1954, 27 de fevereiro, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº. 11 1954, 06 de março, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº. 12, 1954, 13 de março, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº. 13, 1954, 27 de março, 98 p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 14, 1954, 03 de abril, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 15, 1954, 10 de abril, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 16, 1954, 17 de abril, 98 p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 17, 1954, 24 de abril, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 18, 1954, 01 de maio, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 19, 1954, 08 de maio, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 20, 1954, 15 de maio, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 21, 1954, 22 de maio, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 22, 1954, 29 de maio, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 23, 1954, 05 de junho, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 24, 1954, 12 de junho, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 25, 1954, 19 de junho, 106p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 26, 1954, 26 de junho, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 27, 1954, 03 de julho, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 28, 1954, 10 de julho, 106p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 29, 1954, 24 de julho, 106p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 30, 1954, 31 de julho, 106p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 31, 1954, 14 de agosto, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 32, 1954, 21 de agosto, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 33, 1954, 28 de agosto, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 34, 1954, 04 de setembro, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 35, 1954, 11 de setembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 36, 1954, 18 de setembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 37, 1954, 25 de setembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 38, 1954, 02 de outubro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVI, nº 39, 1954, 09 de outubro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 40, 1954, 16 de outubro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 41, 1954, 23 de outubro, 114p..

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 42, 1954, 30 de outubro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 43, 1954, 06 de novembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 44, 1954, 13 de novembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 45, 1954, 20 de novembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 46, 1954, 27 de novembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 47, 1954, 04 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 48, 1954, 11 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 49, 1954, 18 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 50, 1954, 25 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 51, 1955, 01 de janeiro, 100p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 52, 1955, 08 de janeiro, 100p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 01, 1955, 15 de janeiro, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 02, 1955, 22 de janeiro, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 03, 1955, 29 de janeiro, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 04, 1955, 12 de fevereiro, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 05, 1955, 19 de fevereiro, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 06, 1955, 26 de fevereiro, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 07, 1955, 05 de março, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 08, 1955, 12 de março, 128p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 09, 1955, 19 de março, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 10, 1955, 26 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 11, 1955, 02 de abril, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 12, 1955, 09 de abril, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 13, 1955, 16 de abril, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 14, 1955, 23 de abril, 102p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 15, 1955, 30 de abril, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 16, 1955, 07 de maio, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 17, 1955, 14 de maio, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 18, 1955, 21 de maio, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 19, 1955, 28 de maio, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 20, 1955, 11 de junho, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 21, 1955, 18 de junho, 106p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 22, 1955, 25 de junho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 23, 1955, 02 de julho, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 24, 1955, 09 de julho, 106p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 25, 1955, 16 de julho, 106p..

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 26, 1955, 23 de julho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 27, 1955, 30 de julho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 28, 1955, 13 de agosto, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 29, 1955, 20 de agosto, 98p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 30, 1955, 27 de agosto, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 31, 1955, 03 de setembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 32, 1955, 10 de setembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 33, 1955, 17 de setembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIV, nº 34, 1955, 24 de setembro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIV, nº 35, 1955, 01 de outubro, 126p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIV, nº 36, 1955, 08 de outubro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVII, nº 37, 1955, 15 de outubro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 38, 1955, 22 de outubro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 39, 1955, 29 de outubro, 138p.,

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 40, 1955, 05 de novembro, 130p

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 41, 1955, 12 de novembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 42, 1955, 19 de novembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 43, 1955, 26 de novembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 44, 1955, 03 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 45, 1955, 17 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 46, 1955, 24 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 47, 1956, 07 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 48, 1956, 14 de janeiro, -----114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 05, 1956, 21 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 07, 1956, 28 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 17, 1956, 04 de fevereiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 18, 1956, 11 de fevereiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 19, 1956, 18 de fevereiro, 118.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 20, 1956, 25 de fevereiro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 21, 1956, 03 de março, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 22, 1956, 10 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 23, 1956, 17 de março, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 24, 1956, 24 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 25, 1956, 31 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 26, 1956, 07 de abril, 118p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 27, 1956, 14 de abril, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 28, 1956, 21 de abril, 118p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 29, 1956, 28 de abril, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 30, 1956, 05 de maio, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 31, 1956, 12 de maio, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 32, 1956, 19 de maio, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 33, 1956, 26 de maio, 126p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 34, 1956, 02 de junho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 35, 1956, 09 de junho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 36, 1956, 16 de junho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 38, 1956, 23 de junho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 39, 1956, 07 de julho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 40, 1956, 14 de julho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 41, 1956, 21 de julho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 42, 1956, 28 de julho, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 43, 1956, 04 de agosto, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 44, 1956, 11 de agosto, 142p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 45, 1956, 18 de agosto, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 46, 1956, 25 de agosto, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 47, 1956, 01 de setembro, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 48, 1956, 08 de setembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 49, 1956, 15 de setembro, 138p. setembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 50, 1956, 22 de setembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 51, 1956, 29 de setembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 52, 1956, 06 de outubro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXVIII, nº 01, 1956, 13 de outubro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 02, 1956, 20 de outubro, 154p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 03, 1956, 27 de outubro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 04, 1956, 03 de novembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 05, 1956, 10 de novembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 06, 1956, 17 de novembro, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 07, 1956, 24 de novembro, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIV, nº 08, 1956, 01 de dezembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 09, 1956, 08 de dezembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 10, 1956, 15 de dezembro, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 11, 1956, 22 de dezembro, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 16, 1956, 29 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 18, 1957, 02 de fevereiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 19, 1957, 16 de fevereiro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 20, 1957, 23 de fevereiro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 21, 1957, 02 de março, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 22, 1957, 09 de março, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 23, 1957, 16 de março, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIV, nº 24, 1957, 23 de março, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 25, 1957, 30 de março, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 26, 1957, 06 de abril, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 27, 1957, 13 de abril, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 28, 1957, 20 de abril, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 29, 1957, 27 de abril, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 30, 1957, 04 de maio, 138p

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 31, 1957, 11 de maio, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 32, 1957, 18 de maio,

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 33, 1957, 25 de maio, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 34, 1957, 01 de junho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 35, 1957, 08 de junho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 36, 1957, 15 de junho, 130p. ,

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 37, 1957, 21 de junho, 114.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 38, 1957, 29 de junho, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 39, 1957, 06 de julho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 40, 1957, 13 julho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 42, 1957, 20 julho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 43, 1957, 03 de agosto, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 44, 1957, 17 de agosto, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 45, 1957, 24 de agosto, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 46, 1957, 31 de agosto, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 47, 1957, 07 de setembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 48, 1957, 14 de setembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 49, 1957, 21 de setembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 50, 1957, 28 de setembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 03, 1957, 02 de novembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 04, 1957, 09 de novembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 07, 1957, 30 de novembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 08, 1957, 07 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 09, 1957, 14 de dezembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 10, 1957, 21 de dezembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 13, 1958, 11 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 14, 1958, 18 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 15, 1958, 25 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 16, 1958, 01 de fevereiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 18, 1958, 15 de fevereiro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 19, 1958, 22 de fevereiro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 20, 1958, 01 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 21, 1958, 08 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 23, 1958, 15 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 25, 1958, 29 de março, 114p., 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal; Rio de Janeiro, Ano XXIX, nº 26, 1958, 05 de abril, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de Janeiro, Ano XXX, nº 28, 1958, 19 de abril, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de Janeiro, Ano XXX, nº 30, 1958, 03 de maio, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de Janeiro, Ano XXX, nº 30, 1958, 10 de maio, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de Janeiro, Ano XXX, nº 32, 1958, 17 de maio, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de Janeiro, Ano XXX, nº 33, 1958, 24 de maio, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de Janeiro, Ano XXX, nº 34, 1958, 31 de maio, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 35, 1958, 07 de junho, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 36, 1958 ,07 de junho, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 37, 1958, 07 de junho, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 38, 1958, 28 de junho, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 39, 1958, 28 de julho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 40, 1958, 28 de julho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 41, 1958, 19 de julho, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 42, 1958, 26 de julho, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 43, 1958, 09 de agosto, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 44, 1958, 16 de agosto, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 45, 1958, 16 de agosto, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 46, 1958, 30 de agosto, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 47, 1958, 06 de setembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 48, 1958, 13 de setembro, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 49, 1958, 20 de setembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 50, 1958, 27 de setembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXX, nº 51, 1958, 04 de outubro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 1, 1958, 18 de outubro, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 2, 1958, 25 de outubro, 162p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 3, 1958, 01 de novembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 4, 1958, 08 de novembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 5, 1958, 15 de novembro, 1300.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 6, 1958, 22 de novembro; 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 7, 1958, 29 de novembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 9, 1958, 13 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 10, 1958, 20 de dezembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 11, 1958, 27 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 12, 1959, 03 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 13, 1959, 10 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 50, 1959, 17 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 15, 1959, 24 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 16, 1959, 31 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 17, 1959, 07 de janeiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 18, 1959, 14 de fevereiro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 19, 1959, 21 de fevereiro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 20, 1959, 28 de fevereiro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 21, 1959, 07 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 22, 1959, 14 de março, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 23, 1959, 21 de março, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº24, 1959, 28 de março, 134p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 25, 1959, 04 de abril, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 26, 1959, 11 de abril, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 27, 1959, 18 de abril, 118p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 28, 1958, 25de abril, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 29, 1959, 2 de maio, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 30, 1959, 9de maio, 118p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 31, 1959, 16 de maio, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 32, 1959, 23 de maio, 118p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 33, 1959, 30 de maio, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 34, 1959, 06 de junho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 35, 1959, 13 de junho, 134p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 36, 1959, 20 de junho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 37, 1959, 27 de junho, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 38, 1959, 04 de julho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 39, 1959, 11 de julho, 118p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 40, 1959, 18 de julho, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº41, 1959, 25 de julho, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 42, 1959, 1 de agosto, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 43, 1959, 8 de agosto, 126p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 44, 1959, 15 de agosto, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº45, 1959, 22 de agosto, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 46, 1959, 29 de agosto, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 47, 1959, 5 de setembro, 126p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 48, 1959, 12 de setembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº49, 1959, 19 de setembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 50, 1959, 26 de setembro, 138p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 51, 1959, 03 de outubro, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXI, nº 52, 1959, 10 de outubro, 114p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 1, 1959, 17 de outubro, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 2, 1959, 24 de outubro, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 3, 1959, 31 de outubro, 118p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 4, 1959, 7 de novembro, 122p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 5, 1959, 14 de novembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 6, 1959, 21 de novembro, 146p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 7, 1959, 28 de novembro, 134p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 8, 1959, 5 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 9, 1959, 12 de dezembro, 130p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 10, 1959, 19 de dezembro, 158p.

O Cruzeiro. Revista semanal, Rio de janeiro, Ano XXXII, nº 11, 1959, 26 de dezembro, 150p.

BIBLIOGRAFIA

Barbosa, Marinalva. *O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira*. Ciberlegenda, n. 7, 2002.

BORGES, Dulcina Tereza Bonati. A cultura “psi” das revistas femininas.(1970-1990). (Tese de Mestrado)

CASTRO, Ana Lúcia de. Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura do consumo. São Paulo: Annablume: Fapesp 1ª edição, 2003.

CURY, Augusto Jorge. A ditadura da beleza e a revolução das mulheres. Rio de Janeiro: sextante, 2005.

COSTA, Jurandir Freire. Ordem médica e norma familiar / Jurandir Freire Costa – Rio de Janeiro: Edições Grall. 3ª edição.

CRESPO, Jorge. A história do corpo. Difel Difusão Editorial Ltda. Rio de Janeiro, 1999.

DEL PRIORE, Mary. Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil/Mary Del Priore. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000. – (Série Ponto Futuro,2).

ECO, Umberto. História da beleza. Tradução: Eliane Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de Consumo e Pós – Modernismo. Tradução: Júlio Assis Simões. São Paulo, Studio Nobel, 1990.

FORRESTER , Viviane. O horror econômico. Tradução Álvaro Lorencini. São Paulo: Editora da Universidade Estadual paulista, 1997.

FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. “Liberdade é uma calça velha, azul desbotada” – Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil – 1954-1969. Editora Hucitec história social , USP. São Paulo, 1998.

GARRIDO, Juan. Jornal Valor. Setembro de 2007.

JENKINS, Keith. A História Repensada. São Paulo, Contexto. 2001.

LENHARO, Alcir, 1946. Sacralização da política. Campinas: 2ª edição. SP: Papyrus, 1986.

MATOS, Maria Izilda Santos de e SOIHET, Rachel. (Orgs). O corpo feminino em debate. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

OLIVEIRA, Nucia Alexandra Silva de. Corpo, beleza e gênero: rupturas e continuidades na instituição de diferenças entre homens e mulheres. Uma leitura a partir da imprensa (1950-1980). (Tese de doutorado)

SANT'ANNA, Denize Bernuzzi de. Políticas do Corpo. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Corpo de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea /Denise Bernuzzi de Sant'Anna.- São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SERPA, Leoní Teresinha Vieira. A máscara da modernidade: a mulher na revista O Cruzeiro. (1928- 1945) . (Tese de Mestrado)

VIGARELLO, Georges, 1941. História da Beleza / Georges Vigarello; tradução Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro,2006.

VIGARELLO, Georges. O limpo e o sujo: uma história de higiene corporal / Georges Vigarello; tradução Mônica Stahel. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

Site consultado:

<http://www.memoriaviva.com.br/>

<http://tools.folha.com.br/print?site=emcimadahora&url/>

<http://www.uff.br/mestcii/maria16.htm>

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA em
HISTÓRIA e CIÊNCIAS da SAÚDE
Mônica - Aluno 18 (Artigo Mineirão)
Campus Sítio do Galo
Av. Universitária S/Nº
Cm 38400-912 - Uberlândia, MG 38400-912